 اﻟﺨﻄﺎب اﻹﺷﻬﺎري - ﺗﺤﻠﻴﻞ ﻧﺺ 'آﻟﻴﺎت اﻟﺨﻄﺎب اﻹﺷﻬﺎري' ﻟﺤﻤﻴﺪ ﻟﺤﻤﺪاﻧﻲ

[ «  اﻟﻠﻐﺔ اﻟﻌﺮﺑﻴﺔ: اﻷوﻟﻰ ﺑﺎﻛﺎﻟﻮرﻳﺎ ﻋﻠﻮم رﻳﺎﺿﻴﺔ « دروس اﻟﻨﺼﻮص : اﻟﺪورة اﻷوﻟﻰ « اﻟﺨﻄﺎب اﻹﺷﻬﺎري - ﺗﺤﻠﻴﻞ ﻧﺺ 'آﻟﻴﺎت](https://www.alloschool.com/element/79292)

[اﻟﺨﻄﺎب اﻹﺷﻬﺎري' ﻟﺤﻤﻴﺪ ﻟﺤﻤﺪاﻧﻲ](https://www.alloschool.com/element/79292)

# ﻣﻼﺣﻈﺔ اﻟﻨﺺ

ﻋﻨﻮان اﻟﻨﺺ )آﻟﻴﺎت اﻟﺨﻄﺎب اﻹﺷﻬﺎري( ﻣﺮﻛﺐ إﺿﺎﻓﻲ ﻳﺤﻴﻞ ﻓﻴﻪ اﻟﻤﻀﺎف ﻋﻠﻰ اﻟﻮﺳﺎﺋﻞ اﻟﺘﻲ ﻳﻌﺒﺌﻬﺎ اﻟﺨﻄﺎب اﻹﺷﻬﺎري ﻟﺘﺄﻣﻴﻦ ﻣﻼءﻣﺘﻪ وﺗﺄﺛﻴﺮه ﻓﻲ اﻟﻤﺘﻠﻘﻲ ، وﺗﺤﻘﻴﻖ ﻓﺎﻋﻠﻴﺘﻪ وأﻫﺪاﻓﻪ، وﻳﻮﺣﻲ اﻟﻤﻀﺎف إﻟﻴﻪ اﻟﻤﻮﺻﻮف ﺑﻨﻤﻂ ﻣﻦ اﻟﺨﻄﺎﺑﺎت اﻟﻤﻨﺴﺠﻤﺔ اﻟﻤﺘﺴﻘﺔ اﻟﻌﻨﺎﺻﺮ واﻟﻤﻜﻮﻧﺎت، ﺷﺪﻳﺪ اﻟﺘﻌﻘﻴﺪ ﻣﺘﺸﻐﺐ اﻟﺨﻠﻔﻴﺎت واﻟﻤﺮﺟﻌﻴﺎت، ﻣﻮﺟﻪ إﻟﻰ ﻣﺘﻠﻖ ﻣﺘﻌﺪد ﻳﺤﺎول ﻋﺒﺮ اﻟﻮﺳﺎﺋﻞ اﻟﻤﺘﻌﺪدة اﻟﺘﻐﻠﻐﻞ إﻟﻰ ﻛﻴﺎﻧﺎﺗﻪ واﺣﺘﻮاﺋﻬﺎ أو إﻋﺎدة ﺗﺸﻜﻴﻠﻬﺎ. واﻟﻤﻠﻔﻮظ اﻷول واﻷﺧﻴﺮ ﻓﻲ اﻟﻨﺺ ﻳﻐﺬي ﻫﺬا اﻹﻳﺤﺎء ﻣﻦ ﺧﻼل اﻋﺘﺒﺎر اﻟﺨﻄﺎب اﻹﺷﻬﺎري ﻣﺘﺠﺎوزا ﻟﻄﺒﻴﻌﺘﻪ اﻟﺘﺮوﻳﺠﻴﺔ اﻟﺼﺮﻓﺔ، ﻣﺆﺳﺴﺎ ﻟﺨﻄﺎب ﻓﻨﻲ أدﺑﻲ ﺟﻤﺎﻟﻲ ﺗﻮﻟﻰ ﻓﻴﻪ ﻵﻟﻴﺎت اﻹﺑﺪاع واﻹﻣﺘﺎع واﻹﻗﻨﺎع أﻫﻤﻴﺔ ﻗﺼﻮى، وﻟﺬﻟﻚ ﻳﻔﺘﺮض أن ﻳﺪور

ﻣﻮﺿﻮع اﻟﻨﺺ ﺣﻮل ﻫﺬه اﻟﻄﺒﻴﻌﺔ اﻟﺨﻼﻗﺔ ﻟﻬﺬا اﻟﺨﻄﺎب.

# ﻓﻬﻢ اﻟﻨﺺ

ﻳﺘﻤﻔﺼﻞ اﻟﻤﺤﻤﻮل اﻟﻤﻨﻄﻘﻲ ﻟﻠﻨﺺ إﻟﻰ ﺟﻤﻠﺔ ﻣﻔﺎﺻﻞ دﻻﻟﻴﺔ ﻧﺤﺪدﻫﺎ ﻛﺎﻵﺗﻲ:

اﻹﺷﻬﺎر ﻳﻔﺮض وﺟﻮده اﻟﻔﻨﻲ اﻟﺘﻌﺒﻴﺮي رﻏﻢ ﺟﻮﻫﺮه اﻟﺘﺮوﻳﺠﻲ وﻗﺼﺪه اﻟﻨﻔﻌﻲ اﻟﻀﻴﻖ. ﻏﻨﻰ وﺳﺎﺋﻞ اﻟﺘﻌﺒﻴﺮ واﻟﺘﺄﺛﻴﺮ اﻟﻔﻜﺮي واﻟﻨﻔﺴﻲ واﻟﺠﻤﺎﻟﻲ ﻓﻲ اﻹﺷﻬﺎر واﻛﺘﺴﺎﺣﻪ ﻟﻮﺳﺎﺋﻞ اﻻﺗﺼﺎل اﻟﻤﺨﺘﻠﻔﺔ ﺟﻌﻠﻪ ﻳﻄﻐﻰ ﻋﻠﻰ اﻟﻔﻨﻮن

اﻷﺧﺮى.

ﺗﻔﺎﻋﻞ اﻟﻮﻇﺎﺋﻒ اﻟﻤﺘﻌﺪدة ﻓﻲ اﻟﺨﻄﺎب اﻹﺷﻬﺎري ﻟﺪﻓﻊ اﻟﻤﺴﺘﻬﻠﻚ إﻟﻰ اﻻﻗﺘﻨﺎء ﻳﺠﻌﻠﻪ ﻣﺎدة ﻓﻨﻴﺔ ﻣﺆﺛﺮة ﺗﻤﺎﻣﺎ ﻛﻜﻮﻧﻪ ﻣﻀﻤﻮﻧﺎ ﺗﺴﻮﻳﻘﻴﺎ.

اﺳﺘﻨﺎد اﻟﺨﻄﺎب اﻹﺷﻬﺎري ﻋﻠﻰ أرﺑﻊ ﻧﻈﺮﻳﺎت: اﻹﻗﻨﺎﻋﻴﺔ اﻹﺧﺒﺎرﻳﺔ، واﻹﺳﻘﺎﻃﻴﺔ اﻹدﻣﺎﺟﻴﺔ )اﻻﺟﺘﻤﺎﻋﻴﺔ( ، واﻟﺴﻠﻮﻛﻴﺔ اﻹﺷﺮاﻃﻴﺔ،

واﻹﻳﺤﺎﺋﻴﺔ اﻹﺑﺪاﻋﻴﺔ. اﻟﺠﻬﺪ اﻹﺷﻬﺎري ﻣﺘﻌﺪد اﻟﻄﺎﻗﺎت واﻟﺨﺒﺮات ﻳﺤﺘﺎج ﻓﻲ ﺻﻨﺎﻋﺘﻪ إﻟﻰ ﺟﻴﺶ ﻣﻦ اﻷدﺑﺎء واﻟﻌﻠﻤﺎء واﻟﺨﺒﺮاء ﻓﻲ اﻻﺟﺘﻤﺎع واﻻﻗﺘﺼﺎد واﻟﻨﻔﺲ واﻟﻄﺒﻴﻌﺔ واﻟﻔﻴﺰﻳﺎء واﻟﻜﻴﻤﻴﺎء واﻟﻄﺐ واﻟﻤﻮﺳﻴﻘﻰ واﻟﺘﺸﻜﻴﻞ واﻟﺘﺼﻮﻳﺮ واﻟﺴﻴﻨﻤﺎ واﻟﻤﻮﺿﺔ واﻟﺠﻤﺎل واﻟﺘﻐﺬﻳﺔ وﻏﻴﺮﻫﺎ ، ﻛﻞ

ﻫﺬا اﻟﻌﺘﺎد ﻳﺴﺘﺜﻤﺮ ﻟﺘﻌﺰﻳﺰ اﻟﻬﺪف اﻟﺘﺠﺎري.

# ﺗﺤﻠﻴﻞ اﻟﻨﺺ

ﻳﻤﻜﻦ اﺧﺘﺰال اﻟﻤﻔﺎﺻﻞ اﻟﺪﻻﻟﻴﺔ ﻟﻠﻨﺺ ﻓﻲ اﻟﻌﻨﺎوﻳﻦ اﻵﺗﻴﺔ:

ﻋﻼﻗﺔ اﻹﺷﻬﺎر ﺑﻔﻨﻮن اﻟﺘﻌﺒﻴﺮ واﻟﺘﺼﻮﻳﺮ، واﻛﺘﺴﺎﺣﻪ ﻟﻬﺎ ﻋﻠﻰ ﻣﺴﺘﻮى اﻟﺤﻀﻮر ﻓﻲ ﻓﻀﺎأت اﻟﻤﺴﺘﻬﻠﻚ واﻟﺘﺄﺛﻴﺮ ﻓﻴﻪ.

ﻗﻴﺎم اﻟﺨﻄﺎب اﻹﺷﻬﺎر ﻋﻠﻰ ﻧﻈﺮﻳﺎت ﻣﺘﻌﺪدة.

ﺣﻀﻮر اﻟﻤﺘﻌﺪد اﻟﻤﻌﺮﻓﻲ ﻓﻲ اﻟﺨﻄﺎب اﻹﺷﻬﺎري ﻣﺘﻔﺎوت ﺗﺒﻌﺎ ﻟﻠﻮﻇﺎﺋﻒ اﻟﻤﺘﻔﺎﻋﻠﺔ داﺧﻠﻪ.

ﺗﻠﺘﻘﻲ ﻛﻞ ﻧﻈﺮﻳﺎت اﻹﺷﻬﺎر ﻋﻨﺪ ﻫﺪف واﺣﺪ ﻫﻮ دﻓﻊ اﻟﻤﺴﺘﻬﻠﻚ إﻟﻰ ﻓﻌﻞ اﻻﻗﺘﻨﺎء، وﻓﻲ ﺗﻤﺮﻳﺮ اﻟﺨﻄﺎب ﻓﻲ ﻗﺎﻟﺐ ﺟﻤﺎﻟﻲ ﻣﺆﺛﺮ وﻣﻘﻨﻊ، وﺗﺨﺘﻠﻒ ﻫﺬه اﻟﻨﻈﺮﻳﺎت ﻓﻲ ﻣﻨﻄﻠﻘﺎﺗﻬﺎ اﻟﻤﺮﺟﻌﻴﺔ اﻟﺘﻲ ﺗﻮﺟﻪ ﻛﻞ واﺣﺪة ﻣﻨﻬﺎ إﻟﻰ ﺟﺎﻧﺐ ﺣﺴﺎس ﻣﻦ ﺟﻮاﻧﺐ اﻟﻤﺴﺘﻬﻠﻚ ﻟﻤﺤﺎﺻﺮﺗﻪ ﻣﻦ ﻛﻞ

ﺟﻬﺔ.

ﺗﺴﺘﻤﺪ آﻟﻴﺎت اﻹﺷﻬﺎر ﻓﻌﺎﻟﻴﺘﻬﺎ ﻣﻦ ﻣﺠﺎﻻت ﻣﻌﺮﻓﻴﺔ ﻣﺘﻌﺪدة ﻣﻨﻬﺎ :ﻋﻠﻢ اﻟﻨﻔﺲ وﻋﻠﻢ اﻹﺟﺘﻤﺎع وﻋﻠﻢ اﻹﻗﺘﺼﺎد وﻋﻠﻢ اﻟﺼﻨﺎﻋﺔ واﻟﻔﻦ

واﻟﺠﻤﺎل.

ﺗﺘﻮزع ﻣﻌﺠﻢ اﻟﻨﺺ أﻟﻔﺎظ ﺗﻨﺘﻤﻲ إﻟﻰ ﺣﻘﻮل دﻻﻟﻴﺔ ﻣﺘﻌﺪدة أﻇﻬﺮﻫﺎ أرﺑﻌﺔ :

اﻟﺤﻘﻞ اﻟﺴﻴﻜﻮﻟﻮﺟﻲ: إﻏﺮاء – اﻹﺷﺮاط – إرﺿﺎء اﻟﺮﻏﺒﺎتء اﻟﻮﻇﻴﻔﺔ اﻟﺴﻴﻜﻮﻟﻮﺟﻴﺔ – اﻹﻟﺤﺎح واﻟﺘﻜﺮارء اﻟﻤﺤﻔﺰات اﻟﺴﻴﻜﻮﻟﻮﺟﻴﺔ … اﻟﺤﻘﻞ اﻷدﺑﻲ: إﻧﺘﺎج ﻓﻨﻲ أدﺑﻲ – اﻟﺨﻄﺎب – اﻟﺤﺮﻛﺎت – اﻷﻟﻮان – اﻟﺘﻌﺒﻴﺮ – اﻟﺠﻤﺎﻟﻴﺔ – اﻟﻔﻨﻮن – اﻹﺑﺪاع – ﻣﺎدة ﻓﻨﻴﺔ – اﻹﻗﻨﺎع

واﻹﺧﺒﺎر – اﻟﺘﻔﺴﻴﺮ واﻟﺘﻮﺿﻴﺢ – إﻳﺤﺎء – اﻟﺸﻜﻞ اﻷدﺑﻲ – اﻻﺳﺘﻴﻬﺎﻣﺎت – اﻟﺘﻤﺎﻫﻲ – اﻟﻮﺳﺎﺋﻞ اﻟﻔﻨﻴﺔ واﻟﺒﻼﻏﻴﺔ – اﻻﺳﺘﻌﺎرة –

اﻟﻜﻨﺎﻳﺔ – اﻟﺘﻤﺜﻴﻞ – اﻟﺘﻮرﻳﺔ – اﻟﺘﻜﺮار – اﻟﺠﻨﺎس – اﻟﺴﺠﻊ – اﻟﻤﺠﺎز اﻟﻤﺮﺳﻞ – اﻟﺴﺨﺮﻳﺔ …

اﻟﺤﻘﻞ اﻻﻗﺘﺼﺎدي: اﻟﺘﺠﺎري ـ اﻟﺒﻴﻊ ـ اﻟﺮأﺳﻤﺎﻟﻲ ـ ﺗﺮوﻳﺞ اﻟﺴﻠﻊ ـ اﻟﺨﺪﻣﺎت ـ اﻹﻧﺘﺎج ـ اﻻﻗﺘﻨﺎء – اﻟﻤﺴﺘﻬﻠﻚ – ﺗﺴﻮﻳﻖ – ﻣﻨﺘﺞ –

اﻟﺒﻀﺎﺋﻊ – اﻟﻤﺆﺳﺴﺎت – اﻹﻣﻜﺎﻧﻴﺎت …

اﻟﺤﻘﻞ اﻻﺟﺘﻤﺎﻋﻲ: اﻹﺳﻘﺎط – اﻹدﻣﺎج – اﻻﺟﺘﻤﺎﻋﻴﺔ – ﺟﻤﺎﻋﺎت – ﺗﻘﺎﻟﻴﺪ – ﻋﺎدات – ﻗﻴﻢ اﻟﺠﻤﺎﻋﺔ – اﻟﻤﺠﺘﻤﻊ اﻟﺮأﺳﻤﺎﻟﻲ –

وﺿﻌﻴﺔ اﺟﺘﻤﺎﻋﻴﺔ – ﻗﻴﻢ إﻧﺴﺎﻧﻴﺔ ت ﻗﻀﺎﻳﺎ اﻟﺬات أو اﻟﻤﺠﺘﻤﻊ…

واﻟﻌﻼﻗﺔ ﺑﻴﻦ ﻛﻞ ﻫﺬه اﻟﺤﻘﻮل ﺗﺘﻤﺜﻞ ﻓﻲ ﻛﻮﻧﻬﺎ ﻋﻨﺎﺻﺮ ﺣﺎﺿﺮة ﻓﻲ ﺻﻨﺎﻋﺔ اﻟﺨﻄﺎب اﻹﺷﻬﺎري وﻣﺘﺼﻠﺔ ﺑﺎﻟﻤﺴﺘﻬﻚ وﺣﺎﺟﺎﺗﻪ وﺗﻄﻠﻌﺎﺗﻪ، ﻟﻜﻦ ﻫﻴﻤﻨﺔ اﻟﻤﻮاد اﻟﻤﻌﺠﻤﻴﺔ ذات اﻟﺼﻠﺔ ﺑﺎﻟﺤﻘﻞ اﻷدﺑﻲ واﻟﻔﻨﻲ ﻳﺤﻴﻞ إﻟﻰ اﻟﻤﻨﺤﻰ اﻟﺬي أﺻﺒﺤﺖ ﺻﻨﺎﻋﺔ اﻹﺷﻬﺎر ﺗﺴﻴﺮ ﻓﻴﻪ ﻣﻦ ﺧﻼل

ﺟﻌﻞ ﻫﺬا اﻟﺨﻄﺎب ﻣﻀﻤﺎرا ﻟﻺﺑﺪاع واﻟﺜﺮاء اﻟﻔﻨﻲ واﻟﻤﻌﺮﻓﻲ.

ﻣﻦ ﺑﻴﻦ اﻟﻌﻨﺎﺻﺮ اﻟﺘﻲ ﺗﻮﺳﻞ ﺑﻬﺎ اﻟﻜﺎﺗﺐ ﻓﻲ ﻋﺮض آﻟﻴﺎت اﻹﺷﻬﺎر وﺗﻔﺴﻴﺮﻫﺎ ﺗﺤﺪﻳﺪ اﻟﻤﻔﺎﻫﻴﻢ وﻣﺪ اﻟﺠﺴﻮر ﺑﻴﻨﻬﺎ، واﻹﺣﺎﻟﺔ ﻋﻠﻰ ﻧﻈﺮﻳﺎت ﻣﺘﻌﺪدة اﻟﻤﺮﺟﻌﻴﺎت ﻣﻔﺴﺮة ﻟﻠﻈﺎﻫﺮة اﻹﺷﻬﺎرﻳﺔ ﻓﻲ أﺳﻠﻮب ﻋﻠﻤﻲ ﺗﻘﺮﻳﺮي ﻣﻔﺼﻞ ﺗﻔﺼﻴﻼ ﺑﺴﻴﻄﺎ ﻣﺮﻛﺰا ﻋﻠﻰ اﻟﻤﻌﻄﻰ اﻷﺳﺎﺳﻲ ﻓﻲ ﻛﻞ ﻧﻈﺮﻳﺔ ﻓﻲ ﻋﻼﻗﺘﻪ ﺑﻮاﻗﻊ اﻻﺳﺘﻬﻼك ] اﻟﺘﻤﺜﻴﻞ [، إﺿﺎﻓﺔ إﻟﻰ اﺳﺘﻌﻤﺎل اﻟﻤﻌﺠﻢ اﻟﻌﻠﻤﻲ اﻟﻤﺘﻨﻮع واﻟﻤﻨﻬﺠﻴﺔ اﻟﻌﻠﻤﻴﺔ اﻟﻘﺎﺋﻤﺔ ﻋﻠﻰ اﻟﻌﺮض اﻟﻤﻨﻄﻘﻲ ﻟﻸﻓﻜﺎر، ﻓﻀﻼ ﻋﻦ ﻟﻤﺴﺎت ﻓﻨﻴﺔ ﻟﻐﻮﻳﺔ ﺑﺴﻴﻄﺔ اﺳﺘﺪﻋﺘﻬﺎ ﻃﺒﻴﻌﺔ اﻟﻠﻐﺔ اﻟﺨﻼﻗﺔ ] اﻗﺘﺤﺎﻣﻪ ـ ﻣﺰاﺣﻤﺎ – ﻳﻤﻨﺢ – ﻻ ﺗﻨﻘﺬه ﻣﻦ ﺑﺮاﺛﻦ

اﻟﻐﺎﻳﺔ اﻟﺘﺠﺎرﻳﺔ .[…

# ﺗﺮﻛﻴﺐ وﺗﻘﻮﻳﻢ

اﻟﺨﻄﺎب اﻹﺷﻬﺎري ﻣﺘﻌﺪد اﻟﻤﺮﺟﻌﻴﺎت اﻟﻨﻈﺮﻳﺔ، ﻣﺴﺘﻨﺪ إﻟﻰ وﺳﺎﺋﻞ ﺗﻌﺒﻴﺮﻳﺔ وﺗﺼﻮﻳﺮﻳﺔ ﻣﺘﻌﺪدة؛ ﻣﻤﺎ ﻳﺠﻌﻠﻪ ﺧﻄﺎﺑﺎ ﻣﻌﻘﺪا وﺣﺎﺿﺮا ﺑﻘﻮة ﻓﻲ ﻋﺎﻟﻢ ﺗﺮﻛﻴﻢ ﻣﻬﻮل ﻟﻠﻤﻨﺘﻮﺟﺎت واﻟﺨﺪﻣﺎت، واﺷﺘﺪاد اﻟﻤﻨﺎﻓﺴﺔ ﻋﻠﻰ ﻛﺴﺐ ﺛﻘﺔ اﻟﻤﺴﺘﻬﻠﻚ. ﻏﻴﺮ أﻧﻪ، وإن ﻛﺎن ﻳﺒﺪو ﻓﻲ ﻇﺎﻫﺮه ﻣﺴﺨﺮا ﻟﺨﺪﻣﺔ اﻟﻤﺴﺘﻬﻠﻚ، ﻳﺨﻔﻲ ﻓﻲ اﻟﻌﻤﻖ اﻟﻜﺜﻴﺮ ﻣﻦ اﻟﺴﻠﺒﻴﺎت، وﻳﻨﺘﺞ اﻟﻜﺜﻴﺮ ﻣﻦ اﻷزﻣﺎت اﻟﻤﺎﻟﻴﺔ واﻟﻨﻔﺴﻴﺔ واﻻﺟﺘﻤﺎﻋﻴﺔ، ﻓﻘﺪ ﻳﻮرط اﻟﻤﺴﺘﻬﻠﻚ ﻓﻲ اﻟﺘﺰاﻣﺎت ﻣﺎﻟﻴﺔ ﻻ ﻳﺴﺘﻄﻴﻊ اﻟﻮﻓﺎء ﺑﻬﺎ، ﻛﻤﺎ ﻳﻬﻴﺞ اﻟﺤﻘﺪ اﻻﺟﺘﻤﺎﻋﻲ ﺑﻴﻦ اﻟﻄﺒﻘﺎت اﻟﻤﺘﺒﺎﻳﻨﺔ، وﻗﺪ ﻳﺘﺤﻮل اﻟﻌﺠﺰ ﻋﻦ اﻟﺸﺮاء إﻟﻰ ﻣﺸﺎﻛﻞ

ﻧﻔﺴﻴﺔ ورﻏﺒﺎت ﻣﻜﺒﻮﺗﺔ، وﻗﺪ ﻳﺘﺮﺟﻢ إﻟﻰ ﺟﺮاﺋﻢ ﺗﻬﺪد اﻟﻤﺠﺘﻤﻊ.